

岩手県広域消費購買動向調査結果（速報）について

県では、本年6月に、県内消費者の買物動向の把握を目的に、広域消費購買動向調査を実施しました。このたび、その調査結果速報値がまとまりましたので、主な動向についてお知らせします。なお、この調査は5年に1回行うこととしているものであり、前回は平成10年に調査を実施しています。

1 調査概要

- (1) 目 的 県内消費者の買物動向を把握し、商業施策の基礎資料とする
- (2) 調査範囲 岩手県一円
- (3) 調査方法 調査票によるアンケート調査
- (4) 調査対象 県内の公立小学校5年生の児童をもつ14,298世帯(回収率87.4%)
- (5) 調査時期 平成15年6月(前回は平成10年6月、5年ごとに実施)
- (6) 調査事項 居住地、買物をする市町村・店舗形態、通信販売の利用状況等

2 調査結果のポイント

- (1) 買物行動の広域化を反映し、地元購買率（居住市町村で買物をする割合）は多くの市町村で低下。町村部に限らず、商業集積の高い市部でも低下傾向。（58市町村中、44市町村で低下。前回調査でも46市町村で低下。）

[参考；地元購買率の減少が大きい上位5市町村（単位；％）]

市部				町村部			
都市名	H15 調査 (今回)	H10 調査 (前回)	増減	町村名	H15 調査 (今回)	H10 調査 (前回)	増減
江刺市	71.9	78.5	6.6	一戸町	31.5	62.8	31.3
一関市	91.1	94.7	3.6	田老町	12.3	38.0	25.7
釜石市	79.2	82.6	3.4	大野村	9.4	29.9	20.5
遠野市	86.7	89.9	3.2	九戸村	43.4	59.2	15.8
花巻市	91.5	94.2	2.7	野田村	17.3	32.3	15.0

- (2) 買物をする店舗の形態では、「デパート・ショッピングセンター」が37.1%、「専門店」が34.8%で合わせて約7割を占めているが、いずれも前回調査からは減少。「スーパー・ホームセンター・ドラッグストア等」が24.8%に増加(前回18.2%)。商店街などの「一般商店・その他」は3.1%までシェアを落とす(前回4.9%)。

[参考；よく買い物する店のタイプ（単位；％）]

	H15 調査 (今回)	H10 調査 (前回)	増 減
デパート・ショッピングセンター	37.1	39.2	2.1
スーパー・ホームセンター・ドラッグストア等	24.8	18.2	6.6
専門店	34.8	37.2	2.4
コンビニエンスストア	0.2	0.4	0.2
一般商店・その他	3.1	4.9	1.8

(3) 買物店舗の立地場所では、「郊外・バイパス沿い」店舗での買物が増加。

[参考；よく買い物する立地場所（単位；％）]

	H15 調査 (今回)	H10 調査 (前回)	増 減
商店街・市街地	44.4	44.4	0.0
郊外・バイパス沿い	50.6	46.3	4.3
住宅街・その他	5.0	9.3	4.3

(4) 買物店舗を選択する理由としては、「価格が安い」が重視されるほか、衣料品では「品揃えが豊富」、食料品では「品質や鮮度が良い」を重視。「価格が安い」「車で行きやすい」のウエイトが上昇する一方、「なじみ・いきつけ」を理由とした買物行動は減少。

[参考；買物店舗の選択理由～上位6項目] 複数回答のため、合計は100%を超える

H15 調査 (今回)		H10 調査 (前回)	
(衣料品)		(衣料品)	
1 品揃えが豊富	49.4%	1 品揃えが豊富	43.3%
2 価格が安い	47.9%	2 価格が安い	32.4%
3 センス・デザインがよい	41.7%	3 センス・デザインがよい	31.3%
4 車で行きやすい	39.0%	4 車で行きやすい	27.7%
5 チラシを見て()	18.3%	5 一度で買物が済む	15.6%
6 一度で買物が済む	16.7%	6 なじみ・行きつけ	13.4%
(食料品)		(食料品)	
1 価格が安い	46.6%	1 品質や鮮度がよい	40.2%
2 品質や鮮度がよい	43.7%	2 価格が安い	29.6%
3 車で行きやすい	35.4%	3 車で行きやすい	25.1%
4 品揃えが豊富	33.6%	4 一度で買物が済む	23.2%
5 近いから	26.0%	5 品揃えが豊富	21.1%
6 一度で買物が済む	25.4%	6 なじみ・行きつけ	18.7%

()は今回からの調査項目

(5) 買物の際の交通手段については、自動車が大部分を占める（今回から調査）。

[参考；買物の際の交通手段（単位；％）]

	徒歩	自転車・バイク	自家用車	バス・鉄道	その他
衣料品	1.2	3.5	93.2	1.9	0.1
食料品	5.2	6.9	87.3	0.5	0.1

(6) ポイントカードサービスについては52.0%が「お買物券発行」、36.9%が「会員限定の割引販売」に魅力を感じる、と回答（今回から調査）。

[参考；ポイントカードの魅力（単位；％）]

お買物券発行	会員限定の割引販売	ダイレクトメールでの情報	福引・抽選会参加
52.0	36.9	1.2	6.0

(7) 通信販売の利用率は増加傾向。カタログ通販の利用率が高いほか、インターネット通販がテレビ通販を上回る。

[参考；通信販売の利用（単位；％）]

	H15 調査 (今回)	H10 調査 (前回)	増 減
カタログ通販	22.7	18.0	4.7
テレビ通販	3.1	0.6	2.5
インターネット通販	3.3	今回から調査	-
通信販売合計	24.9	18.5	6.4

(8) 新業態の店舗のうち、百円ショップは9割以上、産直施設は8割以上が「利用する」と回答。リサイクルショップは4割が利用している。(今回から調査)

[参考；新たな業態の店舗の利用（単位；％）]

	よく利用	時々利用	利用しない
百円ショップ	35.3	61.9	2.8
産直施設	14.7	65.6	19.7
リサイクルショップ	4.8	36.3	58.9

3 今後の予定

県では、本調査結果について引き続き分析を行い、平成16年3月を目途に調査報告書にとりまとめる予定。

今回の値は県における集計結果の一部をまとめた速報値であり、報告書の数値を確定値とする。

商工会議所、商工会、市町村等行政機関への情報提供を行うとともに、今後の商業施策への基礎資料として活用を図る。

調査結果の詳細データについては、ホームページ
(<http://www.pref.iwate.jp/~hp0403/>)に掲載中。

問合せ先
産業振興主査 赤前
TEL：019-629-5543（直通）

平成 15 年度岩手県広域購買動向調査速報

平成 15 年 10 月 31 日
岩手県商工労働観光部産業振興課

注意

- 1 今回の値は県における集計結果の一部をまとめた速報値であり、平成 16 年 3 月末に発行予定である報告書の数値を確定値とする。
- 2 比率は、少数点以下第 2 位を四捨五入しているため、内訳と計が一致しない場合がある。
- 3 今回調査(今回)とは平成 15 年度調査、前回調査(前回)とは平成 10 年度調査のことである。

表 1 調査票の配布及び回収状況

(単位:枚、%)

ブロック	配付枚数	回収枚数	回収率	有効枚数	有効率
盛岡	4,909	4,146	84.5%	4,127	99.5%
(前回調査)	5,511	4,955	89.9%	4,920	99.3%
岩手中部	2,156	1,852	85.9%	1,842	99.5%
(前回調査)	2,187	2,055	94.0%	2,049	99.7%
胆江	1,511	1,357	89.8%	1,352	99.6%
(前回調査)	1,641	1,570	95.7%	1,566	99.7%
両磐	1,474	1,286	87.2%	1,273	99.0%
(前回調査)	1,630	1,554	95.3%	1,549	99.7%
気仙	771	695	90.1%	694	99.9%
(前回調査)	827	794	96.0%	791	99.6%
釜石	854	776	90.9%	774	99.7%
(前回調査)	924	870	94.2%	866	99.5%
宮古	1,150	1,047	91.0%	1,047	100.0%
(前回調査)	1,176	1,120	95.2%	1,114	99.5%
久慈	810	715	88.3%	712	99.6%
(前回調査)	830	771	92.9%	766	99.4%
二戸	663	617	93.1%	614	99.5%
(前回調査)	755	729	96.6%	722	99.0%
合計	14,298	12,491	87.4%	12,435	99.6%
(前回調査)	15,481	14,417	93.1%	14,343	99.5%

注 1) 回収率 (%) = 回収枚数 ÷ 配付枚数 × 100
注 2) 有効率 (%) = 有効枚数 ÷ 回収枚数 × 100

品目総合でみた地元購買率の状況は、以下のとおりである。

表 2 地元購買の動向(品目総合)

(単位:%)

ブロック	市町村名	地元購買率			ブロック	市町村名	地元購買率			ブロック	市町村名	地元購買率			
		今回 (A)	前回 (B)	増・減 (A-B)			今回 (A)	前回 (B)	増・減 (A-B)			今回 (A)	前回 (B)	増・減 (A-B)	
盛岡	盛岡市	96.4	97.4	-1.0	胆江	水沢市	89.2	90.0	-0.8	釜石	釜石市	79.2	82.6	-3.4	
	雫石町	52.7	57.5	-4.8		江刺市	71.9	78.5	-6.6		遠野市	86.7	89.9	-3.2	
	葛巻町	37.8	46.4	-8.6		金ヶ崎町	44.8	40.6	4.2		石	大槌町	81.9	83.7	-1.8
	岩手町	68.3	68.3	0.0		前沢町	78.8	78.7	0.1		宮	宮古市	94.4	96.6	-2.2
	西根町	76.2	77.6	-1.4		胆沢町	9.5	10.1	-0.6		田老町	12.3	38	-25.7	
	滝沢村	36.6	28.4	8.2		衣川村	1.3	9.3	-8.0		山田町	71.8	71.6	0.2	
	松尾村	3.5	8.8	-5.3		一関市	91.1	94.7	-3.6		岩泉町	52.2	62.7	-10.5	
	玉山村	31.7	35.1	-3.4		花泉町	50.0	56.7	-6.7		田野畑村	25.5	36.7	-11.2	
	紫波町	76.6	71.2	5.4		平泉町	48.5	42.1	6.4		新里村	6.1	8	-1.9	
	矢巾町	69.7	58.3	11.4		大東町	63.9	71.9	-8.0		古	川井村	6.6	19.3	-12.7
	安代町	20.6	28.1	-7.5		藤沢町	39.6	45.0	-5.4		久	久慈市	91.5	91.4	0.1
	花巻市	91.5	94.2	-2.7		千蔵町	79.0	75.2	3.8		種	種市町	46.1	55	-8.9
	北上市	94.4	89.8	4.6		東山町	25.7	39.9	-14.2		野	野田村	17.3	32.3	-15.0
	大迫町	38.4	32.4	6.0		室根村	25.8	33.1	-7.3		山	山形村	9.2	21.6	-12.4
	石鳥谷町	42.2	49.1	-6.9		川崎村	15.0	23.9	-8.9		大	大野村	9.4	29.9	-20.5
東和町	48.8	53.5	-4.7	大船渡市	91.3	93.1	-1.8	慈	普代村	23.8	34.6	-10.8			
湯田町	52.3	62.5	-10.2	陸前高田市	82.7	83.7	-1.0	二	二戸市	87.5	87.9	-0.4			
沢内村	8.9	14.2	-5.3	住田町	32.5	31.7	0.8	戸	一戸町	31.5	62.8	-31.3			
宮守村	34.4	21.9	12.5					戸	浄法寺町	55.7	68.7	-13.0			
								戸	軽米町	45.0	54.5	-9.5			
								戸	九戸村	43.4	59.2	-15.8			

表3 よく買い物する店のタイプ

(単位:%)

買物店舗 買物品目	デパート・ ショッピングセンター			スーパー・ 生協・農協 (1)	ホームセン ター・ドラッグ ストア(1)	スーパー・生協・農協・ホー ムセンター・ドラッグストア計 (2)		
	今回	前回	増減率	今回	今回	今回	前回	増減率
紳士服	60.0	53.8	6.2	1.9	0.1	2.0	2.3	-0.3
婦人服	80.2	82.6	-2.4	2.6	0.1	2.7	4.4	-1.7
普段着	80.6	82.8	-2.2	5.0	0.3	5.3	6.0	-0.7
下着類	80.1	79.1	1.0	6.5	0.4	6.9	8.7	-1.8
くつ・カバン	59.2	46.8	12.4	2.2	0.6	2.8	2.6	0.2
家具・インテリア	11.6	14.7	-3.1	0.5	13.4	13.9	13.4	0.5
スポーツ用品・娯楽用品	10.8	14.3	-3.5	0.5	4.6	5.1	12.7	-7.6
書籍雑誌・CD	22.1	22.6	-0.5	3.3	0.3	3.6	4.8	-1.2
日用品・台所用品	17.0	24.9	-7.9	19.7	59.5	79.2	67.4	11.8
家電用品	5.5	9.4	-3.9	0.8	10.8	11.6	10.4	1.2
医薬品・化粧品	9.5	21.7	-12.2	3.9	65.8	69.7	14.0	55.7
食料品	16.0	23.6	-7.6	79.8	0.2	80.0	66.3	13.7
外食・喫茶								
合計	37.1	39.2	-2.1	11.3	13.5	24.8	18.2	6.6

買物店舗 買物品目	専門店			コンビニエンスストア			一般商店・その他		
	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率
紳士服	35.9	40.7	-4.8	0.0	0.0	0.0	2.1	3.2	-1.1
婦人服	14.1	8.3	5.8	0.0	0.0	0.0	3.0	4.7	-1.7
下着類	7.0	4.6	2.4	0.0	0.0	0.0	5.3	5.8	-0.5
くつ・カバン	35.4	47.0	-11.6	0.0	0.0	0.0	2.6	3.7	-1.1
家具・インテリア	71.6	68.4	3.2	0.0	0.1	-0.1	2.8	3.4	-0.6
スポーツ用品・娯楽用品	82.1	70.6	11.5	0.0	0.1	-0.1	2.0	2.3	-0.3
書籍雑誌・CD	68.8	64.6	4.2	2.0	2.9	-0.9	3.5	5.2	-1.7
日用品・台所用品	1.8	3.0	-1.2	0.1	0.3	-0.2	1.9	4.4	-2.5
家電用品	80.9	76.9	4.0	0.1	0.1	0.0	1.9	3.3	-1.4
医薬品・化粧品	17.8	55.1	-37.3	0.2	0.3	-0.1	2.8	8.8	-6.0
食料品	0.9	2.8	-1.9	0.2	0.7	-0.5	2.9	6.6	-3.7
外食・喫茶									
合計	34.8	37.2	-2.4	0.2	0.4	-0.2	3.1	4.9	-1.8

1 前回調査では「スーパー・生協・農協・ホームセンター・ドラッグストア」という調査項目であったが、今回調査から「スーパー・生協・農協」と「ホームセンター・ドラッグストア」の二つの調査項目に設定した。

2 前回との数値比較上、1を合計比較している。

表4 よく買い物する立地場所

(単位:%)

買物立地 買物品目	商店街・市街地			郊外・バイパス沿い			住宅街・その他		
	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率
紳士服	43.3	40.3	3.0	54.5	54.8	-0.3	2.2	4.9	-2.7
婦人服	56.1	54.3	1.8	41.0	39.7	1.3	2.9	5.9	-3.0
普段着	50.0	53.6	-3.6	46.4	40.1	6.3	3.6	6.4	-2.8
下着類	50.8	53.3	-2.5	45.3	39.7	5.6	3.9	7.0	-3.1
くつ・カバン	51.1	52.3	-1.2	46.2	42.4	3.8	2.6	5.3	-2.7
家具・インテリア	36.9	39.1	-2.2	59.6	53.0	6.6	3.5	7.9	-4.4
スポーツ用品/娯楽用品	38.2	36.5	1.7	59.2	59.0	0.2	2.6	4.5	-1.9
書籍雑誌・CD	49.0	50.8	-1.8	45.9	40.0	5.9	5.1	9.2	-4.1
日用品/台所用品	41.9	38.8	3.1	50.8	49.2	1.6	7.2	12.0	-4.8
家電用品	31.3	32.6	-1.3	65.0	58.6	6.4	3.7	8.8	-5.1
医薬品/化粧品	44.5	54.1	-9.6	46.5	29.7	16.8	8.9	16.2	-7.3
食料品	50.6	43.8	6.8	36.5	35.7	0.8	12.9	20.5	-7.6
外食/喫茶	32.4	25.9	6.5	63.2	63.0	0.2	4.4	11.1	-6.7
合計	44.4	44.4	0.0	50.6	46.3	4.3	5.0	9.3	-4.3

表5 買物品目別(限定)、買物店舗選択理由

買物品目	なじみ・行きつけ			近いから			車で行きやすい		
	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率
食料品	18.2	18.7	-0.5	26.0	17.3	8.7	35.4	25.1	10.3
衣料品	14.7	13.4	1.3	8.2	6.0	2.2	39.0	27.7	11.3

買物品目	一度で買物が済む			営業時間が長い()			価格が安い		
	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率
食料品	25.4	23.2	2.2	9.4	-	-	46.6	29.6	17.0
衣料品	16.7	15.6	1.1	4.5	-	-	47.9	32.4	15.5

買物品目	特売・サービスがよい			チラシを見て()			店がきれい、雰囲気		
	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率
食料品	14.5	11.4	-	22.6	-	-	4.2	2.0	2.2
衣料品	4.2	4.7	-	18.3	-	-	10.0	5.1	4.9

買物品目	店員の対応の感じがよ			センス・デザインがよい			品質や鮮度がよい			品揃えが豊富		
	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率	今回	前回	増減率
食料品	4.4	1.6	2.8	0.3	0.1	0.2	43.7	40.2	3.5	33.6	21.1	12.5
衣料品	9.3	5.5	3.8	41.7	31.3	10.4	3.8	1.6	2.2	49.4	43.3	6.1

()は今回からの調査項目

表6 買物の際の交通手段(今回からの調査項目)

(単位:%)

買物品目	交通手段				
	徒歩	自転車・バイク	自家用車	公共交通機関 (バス・鉄道)	その他 (タクシー等)
紳士服	1.2	3.4	93.5	1.8	0.1
婦人服	1.3	3.7	93.0	2.0	0.1
普段着	1.3	3.5	93.2	1.9	0.1
衣料品計	1.2	3.5	93.2	1.9	0.1
食料品	5.2	6.9	87.3	0.5	0.1

表7 ポイントカードの魅力(今回からの調査項目)

(単位:%)

お買物券発行	会員限定の割引販売	ダイレクトメールでの情報	福引・抽選会参加	その他	魅力を感じない
52.0	36.9	1.2	6.0	1.6	2.3

表8 通信販売の利用

(単位:%)

	通信販売	利用する					利用なし		
		買物品目	今回			前回	増減率	今回	前回
			よく利用	時々利用	今回計				
テレビ	紳士服	0.1	3.7	3.8	0.3	3.5	96.2	99.7	
	婦人服	0.1	3.2	3.3	0.7	2.6	96.7	99.3	
	普段着	0.1	2.7	2.8	0.2	2.6	97.1	99.8	
	下着類	0.1	2.6	2.7	0.3	2.4	97.3	99.7	
	くつ/カバン	0.1	2.6	2.7	0.3	2.4	97.3	99.7	
	家具・インテリア	0.1	3.2	3.3	1.1	2.2	96.8	98.9	
	スポーツ用品・娯楽用品	0.0	2.7	2.7	0.7	2.0	97.2	99.3	
	書籍雑誌・CD	0.0	2.5	2.5	0.1	2.4	97.5	99.9	
	日用品/台所用品	0.1	3.5	3.6	1.8	1.8	96.4	98.2	
	家電用品	0.1	3.9	4.0	1.2	2.8	95.9	98.8	
	医薬品・化粧品	0.1	3.0	3.1	0.5	2.6	96.9	99.5	
	食料品	0.0	2.5	2.5	0.2	2.3	97.4	99.8	
	合計	0.1	3.0	3.1	0.6	2.5	96.9	99.4	
	総合	0.1	3.0	3.1			96.9		

	通信販売	利用する					利用なし		
		買物品目	今回			前回	増減率	今回	前回
			よく利用	時々利用	今回計				
カタログ	紳士服	3.0	22.1	25.1	20.8	4.3	74.9	79.2	
	婦人服	9.4	36.5	45.9	53.3	-7.4	54.1	46.7	
	普段着	10.5	39.2	49.7	30.5	19.2	50.4	69.5	
	下着類	9.6	32.9	42.5	36.1	6.4	57.5	63.9	
	くつ/カバン	3.5	20.8	24.3	17.1	7.2	75.7	82.9	
	家具・インテリア	1.4	18.0	19.4	14.5	4.9	80.6	85.5	
	スポーツ用品・娯楽用品	0.8	9.5	10.3	7.5	2.8	89.7	92.5	
	書籍雑誌・CD	0.7	7.3	8.0	4.2	3.8	92.0	95.8	
	日用品/台所用品	1.1	12.0	13.1	13.0	0.1	86.9	87.0	
	家電用品	0.5	7.8	8.3	4.2	4.1	91.6	95.8	
	医薬品・化粧品	4.1	12.3	16.4	10.1	6.3	83.5	89.9	
	食料品	1.8	6.7	8.5	5.2	3.3	91.5	94.8	
	合計	3.9	18.8	22.7	18.0	4.7	77.4	82.0	
	総合	3.9	18.8	22.7			77.4		

	通信販売	よく利用する		時々利用する		利用なし	
		今回	前回	今回	前回	今回	前回
		インターネット	紳士服	0.4		3.1	
婦人服	0.6			3.3		96.1	
普段着	0.6			3.3		96.0	
下着類	0.4			2.5		97.2	
くつ/カバン	0.3			2.6		97.1	
家具・インテリア	0.2			2.6		97.3	
スポーツ用品・娯楽用品	0.4			3.3		96.3	
書籍雑誌・CD	0.9			4.4		94.7	
日用品/台所用品	0.1			2.0		97.9	
家電用品	0.2			2.9		96.8	
医薬品・化粧品	0.5			2.7		96.7	
食料品	0.2			2.3		97.6	
外食/喫茶							
合計	0.4			2.9		96.7	
総合	0.4		2.9		96.7		

	通信販売	利用する					利用なし			
		買物品目	今回		前回		増減率	今回	前回	増減率
			よく利用	時々利用	ともに利用あり	どちらか利用あり				
通信販売合計	紳士服	3.4	23.9	0.2	20.8	6.3	73.3	79.0	-5.7	
	婦人服	9.8	38.3	0.4	53.1	-5.4	52.9	46.5	6.4	
	普段着	10.9	40.9	0.1	30.5	21.2	49.1	69.4	-20.3	
	下着類	9.8	34.1	0.1	36.2	7.6	56.7	63.7	-7.0	
	くつ/カバン	3.9	22.1	0.1	17.1	8.8	74.5	82.8	-8.3	
	家具・インテリア	1.6	19.4	0.2	15.1	5.7	79.3	84.7	-5.4	
	スポーツ用品・娯楽用品	1.2	11.6	0.2	7.8	4.8	87.4	92.0	-4.6	
	書籍雑誌・CD	1.5	10.4		4.3	7.6	88.3	95.7	-7.4	
	日用品/台所用品	1.2	13.5	0.5	13.8	0.4	85.5	85.7	-0.2	
	家電用品	0.9	10.7	0.2	5.0	6.4	88.6	94.8	-6.2	
	医薬品・化粧品	4.7	14.2	0.1	10.4	8.4	81.5	89.5	-8.0	
	食料品	2.0	7.8	0.1	5.2	4.5	90.5	94.7	-4.2	
	合計	4.3	20.6	0.2	18.3	6.4	75.6	81.5	-5.9	
	総合	4.3	20.6				75.6			

注) ・今回調査では「利用する」について「よく利用」と「時々利用」に分類した。
 ・通信販売合計の「利用する」では、前回では「ともに利用あり」「どちらか利用あり」に分類している。
 ・インターネットの利用については今回からの調査項目。

表9 新たな業態の店舗の利用(今回からの調査項目)

(単位:%)

買物店舗	利用頻度	よく利用	時々利用	利用しない
百円均一ショップ		35.3	61.9	2.8
産直施設		14.7	65.6	19.7
リサイクルショップ		4.8	36.3	58.9